

<<房地产市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<房地产市场营销学>>

13位ISBN编号：9787121041761

10位ISBN编号：7121041766

出版时间：2007-8

出版时间：电子工业

作者：陈修齐主编

页数：272

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<房地产市场营销学>>

### 内容概要

本书根据房地产市场营销的性质和房地产市场营销活动所运用的理论知识，系统地介绍了房地产市场营销的基本概念、基本理论、基本方法与基本技巧。

作为高职高专房地产（物业）类专业实用教材之一，本书在力求理论性与适用性相结合的同时，特别注重培养学生的实践能力，把理论研究与实践应用联系起来，增设了学习要点、能力描述、案例分析、实训题等众多有特色的栏目。

在内容安排上兼顾知识体系的完整与重点的突出，力求概念准确、语言精练、论述透彻、层次分明、通俗易懂。

## &lt;&lt;房地产市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 房地产市场营销导论	1.1 市场营销概述	1.1.1 市场及市场营销的概念	1.1.2 市场观念	1.1.3 市场营销管理过程	1.2 房地产市场概述	1.2.1 房地产市场的概念	1.2.2 房地产市场的类型	1.2.3 房地产市场的特征	1.3 中国房地产市场发展状况与特征	1.3.1 中国房地产市场发展历程	1.3.2 与国际比较我国房地产业和房地产市场的主要特点	1.4 房地产市场营销	1.4.1 房地产市场营销的概念	1.4.2 房地产市场营销的特点	1.4.3 房地产市场营销在房地产市场中的作用	本章小结	案例讨论与分析	讨论与思考	思考与练习		
第2章 房地产市场营销环境分析	2.1 房地产市场营销环境分析	2.1.1 房地产市场营销环境概念	2.1.2 房地产市场营销环境分析	2.2 房地产市场营销宏观环境分析	2.2.1 人口环境	2.2.2 政治法律环境	2.2.3 经济环境	2.2.4 自然环境	2.2.5 科技环境	2.2.6 社会文化环境	2.3 房地产市场营销微观营销环境	2.3.1 企业因素	2.3.2 供应商	2.3.3 营销中介机构	2.3.4 目标顾客	2.3.5 竞争者	2.3.6 公众	本章小结	案例讨论与分析	讨论与思考	思考与练习
第3章 房地产市场调查	3.1 房地产市场调查的内容	3.1.1 房地产市场调查概念	3.1.2 房地产市场调查类型	3.1.3 房地产市场调查内容	3.2 房地产市场调查方法	3.2.1 二手资料调查法	3.2.2 第一手资料调查法	3.3 房地产市场调查的程序	3.3.1 确定调查目的	3.3.2 制定调查计划	3.3.3 资料的收集、加工与分析	3.3.4 调查报告	3.4 房地产市场调查的实务	3.4.1 调查问卷的设计	3.4.2 调查队伍的组建	3.4.3 调查报告的撰写	本章小结	案例讨论与分析	讨论与思考	思考与练习	
第4章 房地产购买行为分析	4.1 房地产购买行为的影响因素	4.1.1 居住性房地产购买行为的影响因素.....	第5章 房地产产业竞争分析	第6章 房地产营销目标市场选择	第7章 房地产营销产品策略	第8章 房地产营销价格策略	第9章 房地产营销渠道策略	第10章 房地产营销促销策略	第11章 物业管理服务策略	参考文献											

<<房地产市场营销学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>